آثار العولمة المالية على المؤسسات المصرفية في إطار التجارة الإلكترونية

- مقاربة نظرية برؤية واقعية -

أ/ عبد اللطيف بلغرسة
كلية الاقتصاد والتسيير
قســم التسيير
جامعــة عنابة

الملخص:

لم تفتأ العولمة المالية ترخي بظلال آثارها الايجابية منها والسلبية على المؤسسات المصرفية، الشيء الذي أدى إلى تطور وتمحور الوظيفة المصرفية وتعدد أدوارها على المستوى الوطني والدولي وفق ما يسمى بالمنتجات المصرفية الجديدة المتكيفة مع التكنولوجيا الحديثة إذ تأتي التجارة الالكترونية كدراسة حالة وتشريح تجربة، يحاول هذا البحث تحليلها ودراستها وفق منهج المقاربة النظرية برؤية واقعية.

Résumé:

La mondialisation financière a eue des retombées fastes et néfastes sur les institutions bancaires, ce qui les a secouer afin de promouvoir l'efficacité de la fonction bancaire et la diversification de son rôle à l'échelle de l'économie national et international.

Cette étude traite cette problématique selon une méthodologie basée sur une approche théorique avec une vision réaliste.

مقدمـــــة:

سعيا منها لتطوير اقتصادياتها وعصرنة مؤسساتها، تسعى كل الدول إلى الاندماج الفعلي في الاقتصاد العالمي، لكن لكي يكون هذا الاندماج فاعلي و ليس فعليا فقط و لكي يكون اندماجا ذكي وليس اندماجا ذاتي فحسب، يجب توفر شروط واقعية لها آثارها الميدانية في البنية الاقتصادية الوطنية , تأتي الشفافية على رأسها و تعضدها نجاعة الأداء حيث تخص الأولى – شفافية – مؤسسات الاقتصاد الوطني و تهتم الثانية – النجاعة – بكافة الطاقات البشرية العاملة في هذا الاقتصاد على كافة المستويات و في مختلف الأنشطة.

وينسحب هذا الوصف خاصة على المؤسسات المصرفية باعتبارها العمود الفقري لأي نشاط اقتصادي، فهي المطالبة بالضرورة أولا و تسود فيها الشفافية والنزاهة، وفي تسييرها النجاعة والفعالية، لكن ليس هذا بالأمر الهين وهي التي تعاني من سوء تسيير، وتخلف تدبير، وعقم في التصرف والتغيير، فهي بيت الداء ومكمن الدواء في الوقت نفسه، فان صلحت صلح الاقتصاد الوطني و أن فسدت فسد تبعا لذلك، فهي القاطرة التي تجر من وراءها عربات الأنشطة الاقتصادية الأخرى، وما فتأت المؤسسات المصرفية تهيكل نفسها وتأقلم ظرفها وتوسع نشاطها وتتعرف على محيطها، حتى فاجأتها آثار خارجية لم يتم الإعداد لها و لم يسبق التعرف عليها، ناجمة عن عولمة المال أو أصطلح عليه بالعولمة المالية وذلك من خلال عولمة(1) رأس المال و إلكترونية التجارة.

1- العولمة الاقتصادية:

إن تسارع قطار العولمة و تنامي حركة الاندماج في الاقتصاد العالمي ذهب بالبعض إلى الاعتقاد : "انه لا يوجد شيء صار يربط أمم العالم بعضها إلى البعض الآخر مثلما تقوم به الأسواق المالية العالمية " . نتيجة لآثار ما سمي الثورة المالية Financia Révolution ، وصف العالم بأنه قرية مالية كونية، فهذه الحتمية لن تدخلنا إلى الخوض في أسباب العولمة المالية أو تعاريفها وان كنا نرى أنها شكل من أشكال العولمة إذ تتجسد في ترابط و تشابك العلاقات المالية تأثرا و تأثيرا في ما يخص تبادل و تداول و تصفية الديون و الأصول النقدية و المالية خارج الدول الوطنية عبر الأسواق المالية العالمية و التي تشمل سوق العملات و أسواق الأسهم و السندات و

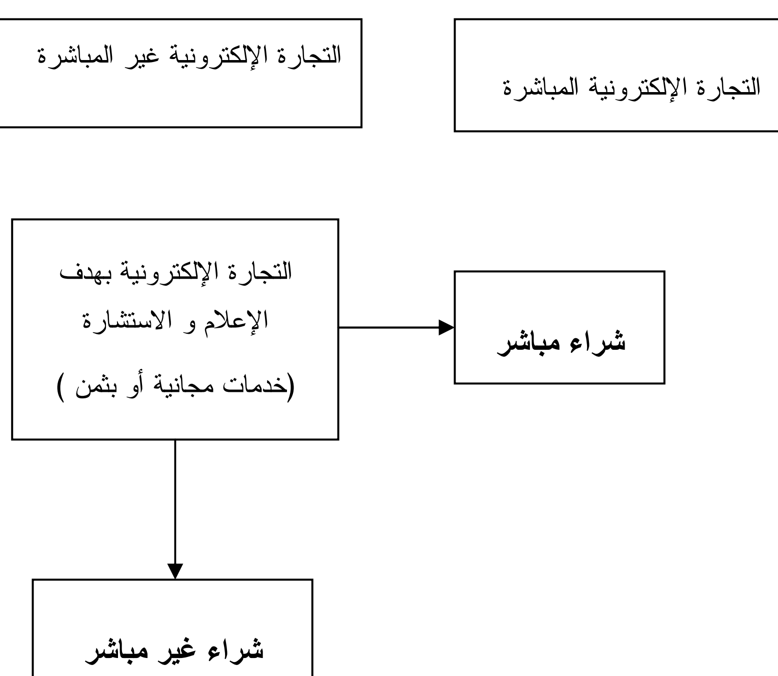
القروض و الأدوات المالية الأخرى – فما يهمنا هنا كيف أثرت العولمة المالية على المؤسسات الاقتصادية خاصةعلى مستوى المنظومة الاتصالية فيما يسمى التجارة الإلكترونية، فعملية التحرير المالي الدولي التي تقوم عليها عولمة الأسواق المالية يكمن جوهرها في تحرير حساب رأس المال أي إلغاء الخطر على المعاملات في حساب رأس المال و الحسابات المالية كميزان المدفوعات فيما يخص الديون وأسهم المحافظ المالية والاستثمار المباشر والعقاري والثروات الشخصية إذ يقتضي كل ذلك إلغاء القيود على معاملات العملة الأجنبية والضوابط الأخرى المرتبطة بهذه المعاملات وخاصة فيما يتعلق بمعاملات المؤسسات الاقتصادية والتي تشمل الودائع غير المقيمة والاقتراض البنكي الخارجي و كذا القروض والودائع الأجنبية , كل ذلك و غيره لم يكن ليتجسد لولا ظهور و تطور التجارة الإلكترونية.

في مجال الاتصالات و المعلومات قد لعب – عبر أجهزةHeigh tech ذلك أن : التقدم التكنولوجي الهائل الكمبيوتر والفضائيات و شبكة الإنترنت – دورا بالغ الخطورة في اندماج وتكامل الأسواق المالية حيث تم التغلب على الحواجز المكانية والزمانية بين الأسواق الوطنية المختلفة، وانخفضت كلفة الاتصالات السلكية واللاسلكية وعمليات المحاسبة إلى مستويات واضحة، مما كان له أثرا كبيرا في زيادة سرعة حركة رؤوس الأموال من سوق إلى آخر و زيادة الروابط و الصلات بين مختلف الأسواق وإلى الحد الذي يدفع ببعض الكتاب إلى القول بأن تلك الأسواق قد ترابطت كما لو كانت شبكة مياه في مدينة واحدة، وعبر شبكة و تكنولوجيا الاتصالات و المعلومات الحديثة أمكن معرفة حركة الأسعار في عشرات الأسواق المالية والمقارنة بينها واتخاذ القرارات المناسبة لعمليات البيع و الشراء و إنجاز المعاملات في لمح البصر.

2-التجارة الإلكترونية :

2- 1 نشأة التجارة الإلكترونية: تعود البدايات الأولى لظهور نشاط التجارة الإلكترونية إلى الستينات وكانت تعرف باسم التبادل الإلكتروني للبيانات واقتصرت في البداية على تبادل بيانات البيع و الشراء بين بعض المؤسسات الكبيرة على شبكات خاصة، أما البنوك فقد استعملت ما يعرف بنظام تحويل الأموال إلكترونيا بهدف تحسين خدماتها المالية وفي أواخر القرن العشرين عوضت الإنترنت شيئا فشيئا نظام التبادل الإلكتروني للبيانات المستعملة من طرف المؤسسات .

2-2 تعريف التجارة إلكترونية : عموما تعرف التجارة الإلكترونية على أنها مجموعة الصفقات التي تتم سواء كانت الطلبات على المباشر مع دفع إلكتروني أو غير مباشر . WEB على الويب.



فمن خلال الشكل السابق رقم 1 تتضمن التجارة الإلكترونية جانبين :

1- الصفقات التي تتم على الويب أي المباشرة .

2- التجارة خارج الويب أي غير مباشرة فهي تبدأ فقط على الويب و تنتهي بطريقة كلاسيكية. ومن أجل إعانة المتعاملين بالتجارة الإلكترونية في عملية الاختيار تم ظهور شكل جديد من الوسطاء يعرف وفي هذا الإطار يمكن التساؤل عن ما غيرته بالوسيط الذكي، مثل محركات البحث "Moteur de Recherche "

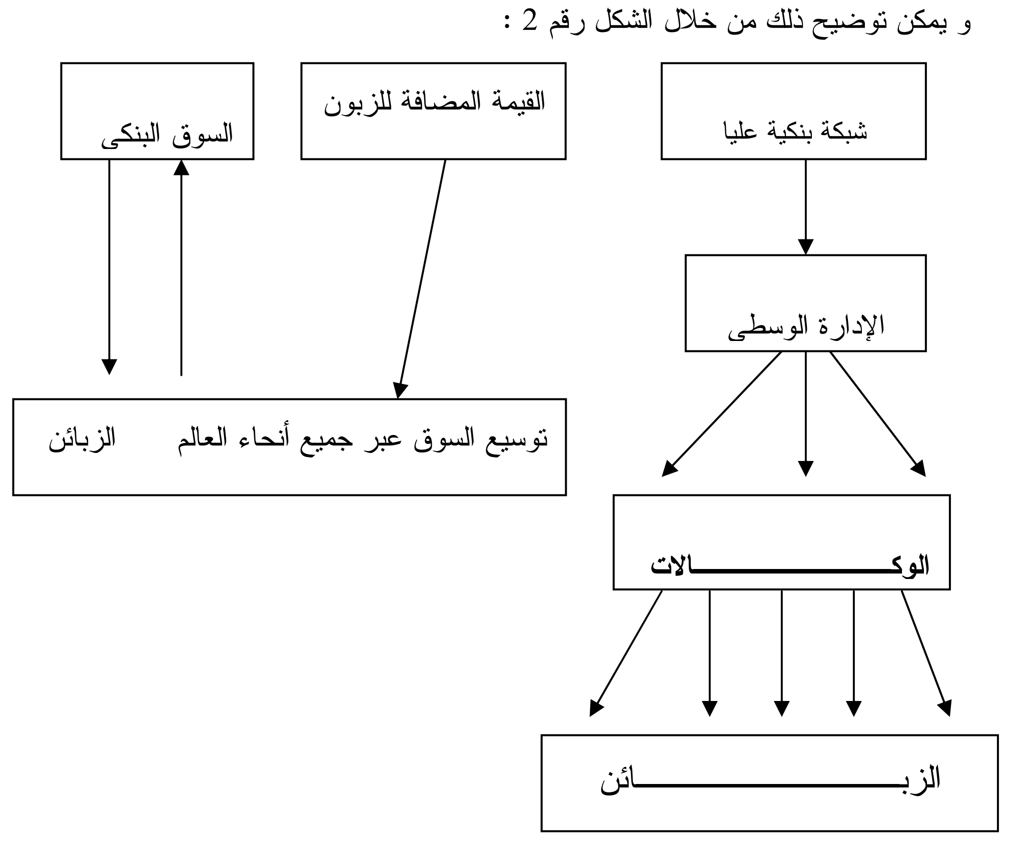
التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت في المؤسسات المصرفية:

ويقصد بها إلغاء أحد أو عدة وسطاء باستعمال الإنترنت.

*- **إلغاء الوسيط** Desintermediation، ويقصد بها إلغاء أحد أو عدة وسطاء باستعمال الإنترنت .

*- **أحداث وسيط جديد** Reintermediation ، وتعني إيجاد وسيط جديد افتراضي كالبوابات والموزع الإلكتروني ... .

و يمكن توضيح ذلك من خلال الشكل رقم 2 :



2-3 نمو التجارة الإلكترونية و تطورها :

تنمو التجارة الإلكترونية العالمية بسرعة فائقة، هزت توقعات كافة مؤسسات البحث في العالم، حيث قدرت هذه الأخيرة أن حجم التجارة الإلكترونية العالمية تبلغ 38.5 مليار دولار عام 2002، لكن ما أن انخفض حجم التجارة الإلكترونية فيه ب : 50 مليار دولار، و توقعت I D Cعام 1998 حتى قدرت مؤسسة أن يصل حجمها إلى 100 مليار دولار عام 1999. و فيما يلي مقاربة بين مختلف توقعات مؤسسات البحث الكبرى حول حجم التجارة الإلكترونية و ذلك في جدول رقم(1). (3)

جدول رقم (01)

المصدر	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Emarketer	98.4	233.4	449.89	841.08	1542.8	2775
Forester Reseauch	170	657	1233	2231	3979	6.789.8
Gartner Group	-	403	953	2180	3950	5950
IDC	130.6	268.6	515.2	930.8	1640	5300
Gojdman Sochs	-	357	740	1304	2088	32001
Ovum	-	218	345	543	858	1400

أما فيما يخص نمو التجارة الإلكترونية عبر مختلف مناطق العالم، فالجدول رقم (1) يوضح التفوق الملحوظ لمنطقة أمريكا الشمالية أمام كل من مناطق آسيا، أوروبا الغربية، أمريكا اللاتينية، و باقي العالم .

– **جدول رقم (2)** : نمو التجارة الإلكترونية عبر دول العالم.(4)

	2000	2001	2002	2003	2004	% م.المبيعات سنة 2004
المجموع(مليار $)	657.0	1223.6	2231.2	3979.7	6789.8	8.6
أمريكا الشمالية	509.3	908.6	1495.2	2339.0	3456.4	12.8
U S A	488.7	864.1	1411.3	2817.2	3189.0	13.3
كندا	17.4	38.0	68.0	109.6	160.3	9.2
المكسيك	3.2	6.6	15.9	42.3	107.0	8.4
آسيا	53.7	117.2	286.6	724.2	1649.8	8.0
اليابان	31.9	64.4	146.8	363.6	880.3	8.4
أوستراليا	5.6	14.0	36.9	96.7	207.6	16.4
كوريا الجنوبية	5.6	14.1	39.3	100.5	205.7	14.6
تايوان	4.1	10.7	30.0	80.6	175.8	16.4
أوروبا الغربية	87.4	194.8	422.1	853.3	1533.2	6.0
ألمانيا	20.6	46.4	102.0	211.1	386.5	6.5
بريطانيا	17.2	38.5	83.2	165.6	288.8	7.1
فرنسا	9.9	22.1	49.1	104.8	206.4	5.0
أمريكا اللاتينية	3.6	6.8	13.7	31.8	81.8	2.4

2-4 أنواع العلاقات الإلكترونية:

تمثل الإنترنت اليوم أهمية كبيرة بالنسبة للإدارات, المؤسسات وكذا المستهلكين، اعتبارا للمزايا التي يجلبها كل طرف في مختلف قطاعات النشاطات المستغلة عبر الإنترنت. يبن الشكل التالي العلاقة الإلكترونية المتواجدة بين كل من الإدارة، المؤسسة والمستهلك. وكل علاقة تحدد نوع معين من الاستعمالات فعلى سبيل المثال: - العلاقة - -إدارة مع مؤسسة-: Goverment to Busines(G2B) (أساسها هو الحصول على المعلومات، أما العلاقة -إدارة مع إدارة-(Goverment to Goverment(G2G أساسها التنسيق.

الشكل رقم (2): أنواع العلاقات الإلكترونية.

	المستهلك	المؤسسة	الإدارة
الإدارة	G2B مثال :المعلومات	G2B مثال :المعلومات	G2B مثال : التنسيق
المؤسسة	B2C مثال : تجارة إلكترونية	B2C مثال : تجارة إلكترونية	B2C مثال : الاقتناء
المستهلك	C2C مثال : بيع بالمزاد	C2C مثال : مقارنة الأسعار	C2C مثال : الضريبة

أما كل من Business to Business (B2B) مؤسسة مع مؤسسة والعلاقة: Business to Consumer (B2C) مؤسسة مع مستهلك فهما يمثلان استعمالات التجارة الإلكترونية.

إذا يمكن القول أنواع التجارة الإلكترونية هما :

1- مؤسسة مع مؤسسة Business to Busines (B2B).

2- مؤسسة مع مستهلك Business to Consumer (B2C).

3- التكنولوجيات الحديثة في المنظومة المصرفية:

يعتقد أن الجانب المالي في العولمة(5) هو القوة المحركةP.DRUCKERعلى اعتبار أن البعض مثل للعولمة عموما فإن التجارة الإلكترونية كتكنولوجيات حديثة في المنظومة المصرفية تمثل جدلية التفاعل بين النتيجة والسبب، فهي من جهة نتاج للعولمة المالية إذ تمثل الصورة الواقعية لرأس المال المتعولم كذا الوجه الأخر لمنافسة والتوسع الاتصالي. ومن جهة أخرى فهي سبب لها لم توفره من وسائل و فرص و ظروف و ما تزيحه من عقد وقيود و تشريعات وما تتجاوزه من قوانين وحدود وصلاحيات.

4- تحديات العولمة على المنظومة المصرفية:

من خلال تطور وانتشار استعمال التجارة الإلكترونية وإدماج استخدامها في المؤسسات المصرفية كنتائج حتمية للعولمة المالية، إنه يمكن لنا تدوين الآثار التالية وذلك في سياق الاندماج الفعلي في الاقتصاد العالمي.

4-1 تغير مفهوم المصرفة:

إذ لم تعد المصرفة مقتصرة على مفهوم الوساطة بين المدخرين والمستثمرين فقط بل تعداه إلى فكرة إنشاء المشاريع والمشاركة في الأعمال والمبادرة إلى الصفقات وابتكار الأفكار و توسيع مجالات النشاط ضمن La Banque Universelle إستراتيجية البنك الشامل:

4-2 عولمة المصرفة :

و ذلك بتوسيع الشبكة المصرفية إقليميا و دوليا استفادة من نتائج عملية التحرير المالي وتزامنا مع تعليمات .OMCو قوانين تحرير الخدمات ضمن إطار المنظمة العالمية للتجارة .

4-3 عملية الاندماج:

حيث أصبحت المؤسسات المصرفية تقوم بعمليات الاندماج و الاتحاد في ما بينها دفعا لمساوئ تحرير الرأس المال المتعولم وجلبا لمنافع عملية عولمة المال .

4-4 تغير مصدر الربح :

اذ لم يعد الربح محصورا في تمويل المشاريع الصغيرة بل يمكن أن يتأتى من الأصول الأخرى المولدة للدخل وخاصة من عملية إدارة الأصول.

4-5 تطور التكنولوجيا المصرفية:

حيث يتجسد ذلك من خلال: تطور برامج الكمبيوتر التي تساعد في احتساب ما تنطوي عليه المعاملات من مخاطر وما تنطوي عليه من أرباح وخسائر,وكان لظهور وتطور هذه البرامج وتعميم استخدامها أثر بالغ أيضا في التوصل إلى تقديرات سريعة ومتواصلة للقيمة النقدية للمدخرات المالية رغم ما تنطوي عليه من تعقيدات(6).

4- 6 تدفق رؤوس الأموال :

ذلك أنه بفضل كل ذلك أصبحت الأموال تتدفق دخولا وخروجا بأرقام خيالية في أوقات قياسية لا تمنعها حدود ولا توقفها سدود بشكل علني أو خفي دون أن تتمكن السلطات النقدية و المالية من مراقبتها أو معرفة اتجاهاتها أو الحد منها أو التأثير فيها.

4-7 ظهور البنوك الإلكترونية:

وتتويجا لذلك ظهرت البنوك الإلكترونية والتي تمثل آخر وأرقى المعاملات المالية عبر البنوك باستعمال الإنترنت والكمبيوتر.

4-8 تطور العلاقة بنك – زبون:

بفضل التجارة الإلكترونية لم تعد الضرورة تتطلب الوجود المادي – البدني – للزبون لإجراء و تنفيذ العمليات المصرفية بل أصبح يكفي في ذلك استعمال الكمبيوتر والإنترنت أو ما يسمى بالبنك في المنزل.

4-9 -تطور العلاقة بنك – بنك :

إن العلاقات التنافسية التقليدية بين البنوك على مساحات سوق زبائنها لم تعد تجدي نفعا بالنسبة للبنوك الإلكترونية بل أصبح التنافس على أشده بينها علن نشاطات الويب و على جموع مستعملي الإنترنت من الصفحات الإشهارية في مواقع الإنترنت المختلفة .

4-10 تغير المؤشرات المصرفية:

تستعمل المؤشرات المصرفية لدلالة على معايير التسيير والحكم على مختلف الإستراتيجيات المتعلقة به فبإدخال التكنولوجيات الحديثة في الصناعة المصرفية من خلال تبني منظور التجارة الإلكترونية تغيرت هذه المؤشرات فلم تعد تنحصر في المؤشرات الحسابية والرقمية بل تعدتها إلى مؤشرات الفعالية في التنفيذ والنجاعة في الأداء والشفافية في الممارسة.

إن هذه الآثار و غيرها تطورت و طورت في إطار التجارة الإلكترونية عبر وسائل التكنولوجيا الحديثة و منه يظهر لنا إشكالية العلاقة بين السبب و النتيجة بين العامل و الظاهر بين التابع و المستقل .

5- شروط تطبيقها :

إن التحليل السابق ما هو إلا مقاربة نظرية لموضوع الدراسة و لن يكون له سبيل لتطبيق في الواقع المعاش إلا من خلال تبني استراتيجية التأقلم مع الظروف الاقتصادية الجديدة من خلال اقتناء أحدث التكنولوجيات في الصناعة المصرفية وعصرنة طرق التسيير و تأهيل القوى المسيرة و تعميم روح المبادرة والانفتاح على الجديد والمفيد في النظريات المصرفية، كل ذلك من أجل الاندماج الفعلي في الاقتصاد العالمي، ولن يكون ذلك إلا من خلال سيادة مبدأ الشفافية في المؤسسات المصرفية ورفع نجاعة أداءها.

الخلاصة :

من خلال عرض الدراسة السابقة يمكن لنا أن نستشف الدور الذي لعبته عملية عولمة رأس المال و تطور الأسواق المالية الدولية على مستوى الآثار المباشرة وغير المباشرة على المؤسسات المصرفية وذلك في ظل تطور التجارة الإلكترونية على الصعيد الوطني و الدولي كنتيجة لتطور التكنولوجيات الحديثة في عالم المال و المصرفة خدمة لهدف كل الاقتصاديات والمتمثل في الاندماج الفعلي و الفعال، الاندماج الذاتي والذكي في حركية الاقتصاد العالمي.

لكن لن يكون ذلك موفقا إلا بسيادة مبدأ الشفافية و تعميمها و رفع أداء الأعوان الاقتصادية، أخذين شروط تطبيقها بعين الاعتبار وهي – في تقديرنا – شروط قبلية لا مناص من تطبيقها وتوفيرها في المؤسسات المصرفية الجزائرية، إن أراد الاقتصاد الجزائري أن يحقق الطفرة الإيجابية في سبيل الانخراط في الاقتصاد العالمي بشكل يضمن له تحقيق أهدافه ورعاية مصالحه وتنمية قدراته.

المـــــــراجــــع:

1- محمد أحمد أبو القاسم، التسويق عبر الإنترنت، دار الأمين، مصر، 2000، الطبعة الأولى.

2- رمزي زكي، العولمة المالية، دار المستقبل العربي، القاهرة، 1999.

3- رمزي زكي، ظاهرة التدويل في الاقتصاد العالمي وآثارها على البلاد النامية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 1993 .

4-P.Drucker : The Changed Word Economy. Foreign Affairs . Vol.64 N 04 Spring 1986.

5-Lendrevue . J et lindon.D . Mercator.Dallaz Edition 2000

الهوامـــش:

(1) رمزي زكي ,1999 , ص 63.
(2) lendrevue . Jet Lindond 2000 p 353
(3) http : // com – e.ic.gc.ca / Français / Recherche / inter / interb2b / sld003.
(4) P.Drucker. 1986 P64
(5) محمد أحمد أبو القاسم 2000 ص 18 .